

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

I Burahay Catering adalah sebuah usaha jasaboga catering golongan A2 yang beralamat di Jl. Islamic Centre 2 No. 70, Kelurahan Cikadut, Kecamatan Cimenyan, Kota Bandung, Jawa Barat. Berdiri sejak tahun 2015 catering ini memiliki visi “Menjadi catering multi even dengan pelayanan optimal dan terbaik dikelasnya pada tahun 2020”. Visi ini didukung juga dengan misi I Buahay Catering diantaranya:

- Menjaga kualitas produk makanan dengan cara mempertahankan konsistensi rasa berdasarkan standar resep yang telah ditentukan.
- Selalu melakukan inovasi dan improvisasi dalam pelayanan kepada klien agar selalu ada hal yang baru.
- Menjaga kualitas SDM dalam seluruh bidang dengan pedoman SOP yang telah ditentukan.

Selama 3 tahun lebih berdiri I Burahay Catering telah melayani lebih dari 25 konsumen dengan kisaran jumlah porsi pemesanan setiap acara 1000 porsi. Catering ini dimiliki oleh Ibu Astrid Ilmina, S.Par yang merupakan alumni Program Studi Manajemen Industri Catering. Dengan keunggulan ilmu pengetahuan yang dimiliki sang pemilik tentang makanan dan pelayanan catering membuat usaha ini memiliki jaminan kualitas seorang *caterer*.

Jaminan kualitas ini didukung juga dengan aspek sumber daya manusia, logistik, keuangan, dan citra perusahaan. Sumber daya manusia yang dimiliki I Burahay Catering mayoritas orang-orang yang profesional dan memang kesehariannya berkecimpung dibidang makanan, diantaranya bagian dapur dilayani oleh *professional cook* dari sebuah restoran, dan *helper* yang bertugas merupakan mahasiswa dan alumni dari prodi Manajemen Industri Catering UPI. Aspek keuangan I Burahay Catering masih dikelola secara kekeluargaan belum dikelola secara profesional.

Produk yang ditawarkan oleh I Burahay Catering pada dasarnya adalah pelayanan katering pernikahan dan dekorasi. Namun tidak menutup kemungkinan untuk menerima pelayanan katering untuk acara selain pernikahan sesuai dengan visinya yaitu menjadi katering multi even. Dengan mengusung slogan *"good taste, good choice"* katering ini merambah pasar *middle-low*.



Gambar 3.1 Logo I Buahay Catering Bandung

Sumber: I Burahay Catrering Bandung, 2018

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu, rasional, empiris, dan sistematis. (Neolaka, 2014:17).

Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2015:14). Pada penelitian ini digunakan metode kuantitatif deskriptif.

3.3 Operasional Variabel

Deden Luthfi Rahmawan, 2018

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS I BURAHAY CATERING BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dalam penelitian ini variabel diuraikan berdasarkan analisis lingkungan eksternal dan internal, dimana analisis internal untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan. Sedangkan analisis eksternal digunakan untuk mengetahui peluang dan ancaman perusahaan yang diteiti. Berikut meupakan operasionalisasi variabel:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
Strategi Pengembangan Bisnis	Manajemen strategik adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategik meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategik atau perencanaan jangka panjang), evaluasi dan pengendalian. Wheelen dan Hunger dalam Husein Umar, (2010:16).	Aspek-aspek lingkungan internal perusahaan meliputi: 1. Penjualan 2. Pemasaran 3. Sumber daya manusia. Rangkuti (2015:170-172)	Data diperoleh dari pemilik I Burahay Catering melalui wawancara meliputi: 1. Penjualan a. Segmen b. Target c. Posisi 2. Pemasaran a. Bauran Pemasaran Jasa : - <i>Product</i> • Dekorasi • Makanan i. Penampilan ii. Porsi iii. Harga iv. Bentuk v. Temperatur vi. Rasa - <i>Price</i> - <i>Place</i> - <i>Promotion</i> - <i>Process</i> • Pemasok i. Standardisasi pengadaan bahan baku ii. Waktu kegiatan	Nominal

			iii. Pihak yang terlibat iv. Pilihan pemasok v. Pengawasan pemasok vi. Evaluasi kinerja pemasok 3. Sumber daya manusia a. Kualifikasi SDM - Pendidikan - <i>Skill</i> - <i>Attitude</i>	
			Data diperoleh dari karyawan I Burahay Catering melalui wawancara, meliputi: 1. Sumber daya manusia a. Pembagian tugas b. Upah yang diterima c. Lingkungan kerja - Kenyamanan Bekerja - <i>Team work</i> - Interaksi antar karyawan d. Peran manajemen - Pemecahan masalah - Pengambilan keputusan	Interval

			e. Pelatihan seputar perusahaan - Pelatihan mengenai <i>Standard Operational Procedure</i>	
			Data diperoleh dari klien I Burahay Catering melalui kuesioner meliputi: 1. Sumber daya manusia a. Kuantitas karyawan b. Kualitas karyawan - Penampilan - Kemampuan - Etika 2. Pemasaran a. Bauran pemasaran jasa - <i>Product</i> • Warna • Penampilan • Porsi • Bentuk • Aroma • Rasa - <i>Price</i> - <i>Physical Evidence</i> - <i>Process</i>	Interval

		Aspek-aspek lingkungan eksternal perusahaan meliputi: A. Lingkungan Makro 1. Budaya 2. Ekonomi 3. Perdagangan B. Lingkungan Mikro 1. Pemasok Rangkuti, (2015:167-170)	Data diperoleh dari katalog website badan pusat statistik, dinas pariwisata dan kebudayaan, dinas perindustrian dan perdagangan meliputi: 1. Budaya 2. Ekonomi 3. Perdagangan	Nominal
			Data diperoleh dari konsumen I Burahay Catering melalui wawancara meliputi: Lingkungan Mikro 1. Persaingan antar industri	Interval

Sumber: Data diolah penulis 2018

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik keismpulannya (Sugiyono, 2014:61).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen I Burahay catering. Target populasi yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah klien dan tamu yang hadir pada acara pernikahan yang menggunakan jasa I Burahay Catering.

Berikut data pemesanan dan jumlah porsi yang dipesan selama tahun 2017:

Deden Luthfi Rahmawan, 2018

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS I BURAHAY CATERING BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 3.2 Jumlah *event* dan porsi tahun 2017 I Burahay Catering

Bulan	Jumlah <i>event</i>	Jumlah porsi
Januari	1	1000
Februari	1	1000
Maret	1	800
April	2	1000
		1200
Mei	-	-
Juni	-	-
Juli	-	-
Agustus	1	1400
September	1	1000
Oktober	2	1000
		1000
November	1	800
Desember	-	-
JUMLAH	10	10.200

Sumber: Data I Burahay Catering

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apa yang dipelajari dari sampel, keislamannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Maka dari itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (Sugiyono, 2014:62).

Sampel terdiri atas klien dan tamu yang datang ke acara pernikahan yang menggunakan jasa I Burahay Catering dan dianggap cocok. Penelitian ini menggunakan rumus Yamane dengan populasi sebanyak 10.200 terhitung selama *event* tahun 2017.

Menurut Riduwan dalam Neolaka (2014:92) rumus Yamane adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

d = Batas toleransi kesalahan pengambilan sampel yang digunakan. Signifikan 5%

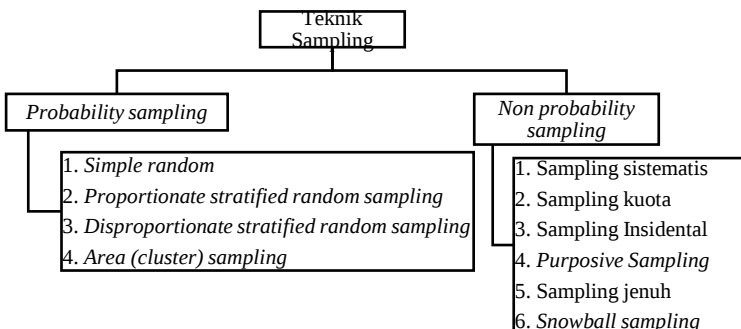
Berdasarkan rumus diatas, diketahui jumlah populasi 10.200 orang, dengan presisi 10% maka perhitungan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{10.200}{10.200 \times (0,1)^2 + 1} = 99,02 \sim 99$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka didapat jumlah sampel yang menjadi responden adalah 99 orang dari tamu dan klien I Burahay Catering.

3.4.3 Teknik Sampling

Dalam menentukan sampling terdapat dua teknik yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling* (Sugiyono, 2014:63).



Gambar 3.2 Macam-macam teknik sampling

Sumber: Sugiyono, 2014:63

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Wawancara

Percakapan dengan maksud untuk mengetahui informasi mengenai kegiatan, organisasi, kejadian, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan oleh dua orang yaitu pewawancara dan yang diwawancarai. Keberhasilan pengumpulan data dengan teknik wawancara bermula dari hubungan baik antara penulis dengan subjek (responden). (Purhantara, 2010:80-81).

Wawancara dilakukan kepada pemilik I Burahay Catering serta karyawannya. Wawancara yang dilakukan merupakan wawancara langsung.

b. Observasi

Teknik ini merupakan pengamatan dari penulis terhadap objek penelitiannya. Kita dapat mengumpulkan data ketika peristiwa terjadi dan dapat datang lebih dekat untuk meliputi seluruh peristiwa. Instrument yang digunakan dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan, maupun alat perekam. Metode observasi dapat menghasilkan data yang lebih rinci mengenai subjek, benda, atau kejadian daripada metode wawancara (Purhantara, 2010:78).

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. (Sugiyono, 2009:199). Kuesioner yang diajukan harus kuesioner yang sudah valid dan reliabel, sehingga hasil dari kuesioner tersebut menjadi akurat.

d. Dokumentasi

Menuut Riduwan (2012:77) dokumentasi adalah ditujuka untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, daa yang relevan dengan penelitian. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data berupa data penjualan perusahaan selama 3 tahun terakhir,

sejarah perkembangan perusahaan yang diolah kembali oleh penulis.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian menjadi faktor yang sangat penting, karena sumber data akan meyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karenanya sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data (Purhantara, 2010:79). Sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini penulis memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan (Indriartoro dan Supomo dalam Purhantara, 2010:79). Sumber data primer dari penelitian ini adalah hasil dari observasi, wawancara, kepada pemilik dan karyawan serta penyebaran kuesioner kepada konsumen I Burahay Catering.

b. Data Sekunder

Menurut Indriartoro dan Supomo dalam Purhantara (2010:79) data sekunder diperoleh dengan cara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas struktur organisasi, data kearsipan, dokumen, laporan-laporan, serta buku-buku, dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini. Sumber data sekunder dalam penelitian ini merupakan data hasil dokumentasi pada data badan pusat statistik, data perusahaan, dan portal berita online.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2014:348).

Rumus yang digunakan dalam pengujian validitas penelitian ini adalah teknik *Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2][n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber: Juliandi, Irfan, & Manurung, 2014:76

Keterangan:

r	= Koefisien validitas yang dicari
x	= Skor total
$\sum x$	= Jumlah skor dalam distribusi x
$\sum y$	= Jumlah skor dalam distribusi y
$\sum x^2$	= Jumlah kuadran dalam distribusi x
$\sum y^2$	= Jumlah kuadran dalam distribusi y
n	= banyaknya responden

Untuk menentukan instrumen tersebut dinyatakan valid atau tidak maka dijelaskan menurut Juliandi, Irfan, & Manurung, (2014:77) sebagai berikut:

- Korelasikan skor-skor suatu nomor angket dengan skor total seluruh item.
- Jika nilai korelasi (r) yang diperoleh adalah positif, kemungkinan butir yang diuji tersebut adalah valid.
- Namun walaupun positif, perlu pula nilai korelasi (r) yang dihitung tersebut dilihat signifikannya. Caranya:
 - a. Item pertanyaan dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
 - b. Item pertanyaan dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$
- Butir instrumen yang tidak valid tidak layak diuntuk dijadikan item dalam instrumen penelitian.

Berdasarkan jumlah angket yang telah dibagikan kepada 30 responden uji dengan taraf kesalahan 10%, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,3061.

Kuesioner Konsumen:

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Kuesioner Konsumen

Item	Pertanyaan	r_{tabel}	Corrected item total correlaton	Ket.
1.	Jumlah karyawan yang bertugas saat acara sudah memadai	0,3061	0,4765	Valid
2.	Karyawan yang bertugas saat acara berpenampilan menarik.	0,3061	0,6196	Valid
3.	Karyawan yang bertugas memiliki kemampuan yang sesuai dengan tugasnya	0,3061	0,3940	Valid
4.	Karyawan yang bertugas bersikap ramah	0,3061	0,4361	Valid
5.	Kombinasi warna makanan menarik.	0,3061	0,6038	Valid
6.	Penampilan makanan menggugah selera.	0,3061	0,6858	Valid
7.	Sajian yang dihidangkan sesuai porsinya	0,3061	0,3099	Valid
8.	Bentuk makanan yang dihidangkan menarik	0,3061	0,0812	Valid
9.	Aroma makanan yang dihidangkan menggugah selera	0,3061	0,7145	Valid
10.	Rasa makanan yang dihidangkan enak	0,3061	0,6449	Valid
11.	Harga paket catering yang dipatok sesuai dengan pelayanan yang diberikan.	0,3061	0,5135	Valid
12.	Tampilan dekorasi area catering menarik	0,3061	0,4831	Valid
13.	Pelayanan yang disuguhkan cepat	0,3061	0,7051	Valid
14.	Persaingan industri catering di Kota Bandung sudah jenuh	0,3061	0,4350	Valid

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2018

Kuesioner Karyawan:

Deden Luthfi Rahmawan, 2018

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS I BURAHAY CATERING BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel. 3.4 Hasil Uji Validitas Kuesioner Karyawan

Item	Pertanyaan	r_{tabel}	Corrected item total correlaton	Ket
1.	Pembagian tugas sesuai dengan kemampuan masing-masing karyawan	0,3061	0,5277	Valid
2.	Upah yang diterima sesuai dengan tanggung jawab pekerjaan	0,3061	0,7324	Valid
3.	Nyaman dalam melaksanakan pekerjaan	0,3061	0,5836	Valid
4.	Bekerja secara individualis dibanding bekerja secara <i>teamwork</i>	0,3061	0,6856	Valid
5.	Interaksi antar karyawan intensif	0,3061	0,7792	Valid
6.	Manajemen membantu dalam pemecahan masalah	0,3061	0,843	Valid
7.	Manajemen memutuskan kebijakan berdasarkan perundingan terlebih dahulu	0,3061	0,7398	Valid
8.	Perusahaan memberikan pelatihan seputar SOP	0,3061	0,6122	Valid

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2018

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas meunjukkan adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu. Reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya, tujuan dari uji reliabilitas ini dilakukan guna mengetahui sejauh mana tingkat konsistensi, akurasi, dan presiktabilitas suatu angket yang dilakukan dalam waktu berbeda namun hasil penelitian yang masih sama (Utama, 2012:140).

Menurut Noor (2013:165), rumus yang tepat untuk uji reliabilitas ini adalah menggunakan rumus *alpha cronbach's* :

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Deden Luthfi Rahmawan, 2018

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS I BURAHAY CATERING BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keterangan :

$$\begin{aligned} r &= \text{Reliabilitas instrumen} \\ k &= \text{Banyaknya butir pertanyaan} \\ \sum \sigma^2 &= \text{Jumlah varian butir} \\ \sigma_1^2 &= \text{Varians total} \end{aligned}$$

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan seperti berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

$$\begin{aligned} \sigma &= \text{Nilai varians} \\ x &= \text{Jumlah skor yang dipilih} \\ n &= \text{Jumlah sampel} \end{aligned}$$

Hasil uji reliabilitas ditentukan sebagai berikut:

- Jika koefisien $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5% maka item pertanyaan dinyatakan reliabel.
- Jika koefisien $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5% maka item pertanyaan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Konsumen

Cronbach's Alpha	N of Items
.785	15

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2018

Dari hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa item kuesioner konsumen yang disebardinyatakan reliabel, karena *cronbach's alpha* $0,785 > 0,60$. Dengan demikian kuesioner yang digunakan sudah memberikan hasil yang konsisten dan kuesioner laik untuk digunakan.

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Karyawan

Deden Luthfi Rahmawan, 2018

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS I BURAHAY CATERING BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	8

Sumber: Data Hasil Penelitian, 2018

Dari hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa item kuesioner karyawan yang disebardinyatakan reliabel, karena *cronbach's alpha* $0,839 > 0,60$. Dengan demikian kuesioner yang digunakan sudah memberikan hasil yang konsisten dan kuesioner laik untuk digunakan.

3.8 Metode Pengolahan Data

Pengolahan terhadap data yang telah diperoleh akan dilakukan dengan menggunakan analisis kuantitatif yang dideskripsikan untuk mengetahui gambaran keadaan sesungguhnya dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada perusahaan yang diteliti. Kemudian akan dilakukan perumusan strategi menggunakan teknik analisis SWOT, analisis matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, Kuadran SWOT, dan matriks QSPM. Dari analisis tersebut akan dihasilkan alternatif strategi yang cocok dilakukan dalam pengembangan perusahaan ini.

3.8.1 Tahap Input

Tahap ini merupakan tahap pengumpulan data dan informasi untuk merumuskan matriks faktor internal dan eksternal. Faktor internal dilakukan dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan perusahaan, kemudian analisis faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman dari lingkungan usaha I Burahay Catering. Ssetelah faktor-faktor tersebut terhimpun, kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan matriks IFE dan EFE.

1. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Dalam pelaksanaan penelitian ini penulis akan menghimpun data dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari lingkungan usaha I Burahay Catering. Kemudian akan dilakukan pengelompokkan kedalam kategori yang sesuai untuk selanjutnya dilakukan analisis. Faktor internal dianalisis

berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan I Burahay Catering. Analisa faktor eksternal dilakukan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen I Burahay Catering.

2. Matriks EFE

Matriks ini memungkinkan para penyusun strategi untuk meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografis, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan kompetitif (David, 2011:158). Adapun contoh matriks EFE yang dijelaskan oleh Umar, (2010:79) sebagai berikut:

Tabel 3.7 Matriks EFE

<i>Key success factor</i>	<i>Bobot</i>	<i>Rating</i>	<i>Nilai</i>
Opportunities			
1. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx
2. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx
3. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx
Threats			
4. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx
5. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx
6. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx
	100%	Nilai EFE	x,xx

Sumber: Umar, 2010:79

3. Matriks IFE

Alat perumusan strategi ini dikemukakan oleh David (2011:230) yang fungsinya meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area fungsional bisnis dan juga menjadi landasan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi hubungan diantara area tersebut. Penilaian intuitif digunakan dalam pengembangan matrik IFE, sehingga tampilan ilmiahnya tidak boleh ditafsirkan sebagai bukti bahwa teknik ini benar-benar tanpa celah. Adapun tabel matriks IFE menurut Umar (2010:80) sebagai berikut:

Tabel 3.8 Matriks IFE

Deden Luthfi Rahmawan, 2018

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS I BURAHAY CATERING BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

<i>Key success factor</i>	<i>Bobot</i>	<i>Rating</i>	<i>Nilai</i>
Strengths			
1. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx
2. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx
3. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx
Weakness			
4. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx
5. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx
6. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,xx	x	x,xx
	100%	Nilai IFE	x,xx

Sumber: Umar, 2010:80

3.8.2 Tahap Pencocokan

Tahap pencocokan ini menggunakan alat bantu berupa matriks IE dan kuadran SWOT.

- Matriks IE

Matriks internal eksternal terdiri dari dua dimensi, yaitu nilai total dari matriks IFE pada sumbu Y dan nilai total dari matriks EFE pada sumbu X. pada sumbu X skorya ada tga, yaitu skor 1,0 - 1,99 menyatakan bahwa posisi internal lemah, skor 2,0 – 2,99 adalah rata-rata, dan 3,0 – 4,0 adalah kuat yang ditetapkan dari sebelah kanan ke sebelah kiri. Dengan cara yang sama, untuk sumbu Y skornya ada tiga juga, yaitu skor 1,0 – 1,99 menyatakan bahwa posisi eksternal adalah rendah, skor 2,0 – 2,99 adalah rata – rata dan 3,0 – 4,0 adalah tinggi yang ditetttapkan dari bawah keatas (Umar, 2010:86)

	Skor IFE			
	4,0	3,0	2,0	1,0
Skor EFE	I	II	III	
	IV	V	VI	
	VII	VIII	IX	
	3,0			
	2,0			
	1,0			

Gambar 3.3 Matriks IE

Sumber: Umar, 2010: 85

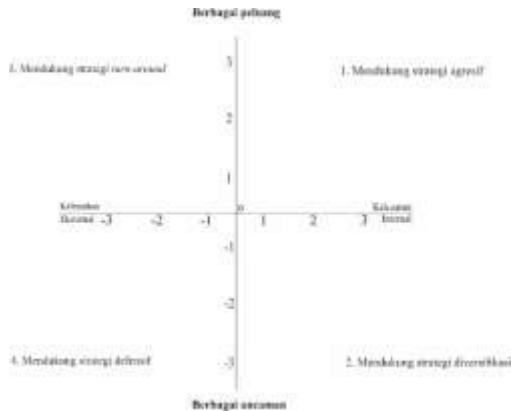
- Kuadran SWOT

Adapun keterangan dari kuadran SWOT diatas menurut Rangkuti (2011:199)

- Kuadran 1, merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan untuk mendukung kondisi ini adaah kebijakan pertumbuhan agresif (*Growth Oriented Strategy*).
- Kuadran 2, pada kuadran ini meskipun perusahaan menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Srategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjangdengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
- Kuadran 3, perusahaan menghadapi peluang besar, tetapi dilain sisi perusahaan menhadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matriks. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah

internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

- Kuadran 4, situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan mengalami berbagai ancaman dan kelemahan internal.



Gambar 3.4 Analisis Kuadran SWOT

Sumber: Rangkuti (2011:200)

Setelah melalui kuadran SWOT, selanjutnya data dianalisis dan penentuan keputusan dengan menempatkan pendekatan matriks SWOT. Dimana setiap hubungan tersebut diberikan solusi strategi yang harus dilakukan. (Fahmi, 2013:263-264). Berikut merupakan tabel matriks analisis SWOT:

Tabel 3.9 Matriks Analisis SWOT

	STRENGTHS (S) Daftar semua kekuatan yang dimiliki	WEAKNESS (W) Daftar semua kelemahan yang dimiliki
OPPORTUNITIES (O) Daftar semua peluang yang dimiliki	Strategi SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan	Strategi WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan

	peluang yang ada.	semua peluang yang ada.
THREATS (T) Daftar semua ancaman yang dimiliki	Strategi ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari semua ancaman.	Strategi WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman.

Sumber: Fahmi, 2013:264

3.8.3 Tahap Pengambilan Keputusan

Setelah dihasilkan sejumlah alternatif strategi berdasarkan hasil dari analisis sebelumnya, perusahaan tidak serta-merta bisa dengan mudah menggunakan strateginya. Tetapi perusahaan juga harus selektif mengevaluasi serta memilih strategi yang paling cocok dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Dalam pengambilan keputusan kali ini dibantu menggunakan matriks QSPM yang dikemukakan oleh Umar (2010:91).

Tabel 3.10 Matriks QSPM

Key Success Factor	Bobot	Strategi A		Strategi B	
		AS	TAS	AS	TAS
Strengths					
1. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,x	x	x,x	x	x,x
2. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,x	x	x,x	x	x,x
Weaknesses					
1. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,x	x	x,x	x	x,x
2. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,x	x	x,x	x	x,x
Opportunities					
1. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,x	x	x,x	x	x,x
2. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,x	x	x,x	x	x,x
Threats					
1. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,x	x	x,x	x	x,x
2. xxxxxxxxxxxxxxxx	x,x	x	x,x	x	x,x

Sumber: Umar, 2010:91